

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Konsep Kepariwisata.....	12
2.1.2 Konsep Destinasi	14
2.1.3 Konsep Produk Wisata	16
2.1.4 Konsep Daya Tarik Wisata Alam.....	20
2.1.5 Konsep <i>Tourist Experience</i> dalam Kajian <i>Marketing for</i> <i>Hospitality and Tourism</i>	21
2.1.5.1 Definisi <i>Tourist Experience</i>	24
2.1.5.2 Dimensi <i>Tourist Experience</i>	26
2.1.5.3 Model <i>Tourist Experience</i>	30
2.1.6 Konsep <i>Behavioral Intention</i> dalam Kanjian Perilaku Konsumen	21
2.1.6.1 Definisi <i>Behavioral Intention</i>	33

2.1.6.2 Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	34
2.1.6.3 Model <i>Behavioral Intention</i>	35
2.1.7 Hubungan <i>Tourist Experience</i> dan <i>Behavioral Intention</i>	37
2.1.8 Penelitian Terdahulu	38
2.2. Kerangka Pemikiran	39
2.3 Hipotesis	44
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	46
3.1 Objek Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian	47
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	47
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	48
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	53
3.2.4.1 Populasi	53
3.2.4.2 Sampel.....	53
3.2.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	54
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	56
3.2.6.1 Pengujian Validitas	56
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	60
3.2.7 Rancangan Analisis Data	62
3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif.....	62
3.2.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif	63
3.2.8 Pengujian Hipotesis	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1 .Profil Perusahaan dan Karakteristik Wisatawan Curug Cimahi	69
4.1.1 Profil Perusahaan.....	69
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	69
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	70
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan.....	70

4.1.1.4 Akomodasi dan Fasilitas Lainnya	71
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Wisatawan Curug Cimahi	71
4.1.2.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	71
4.1.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan.....	72
4.1.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Tinggal..	73
4.1.2.4 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Sumber dan Frekuensi Berkunjung ke Curug Cimahi.....	74
4.1.2.5 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Model Transportasi dan Rekan Berkunjung	75
4.2 Gambaran <i>Tourist Experience</i> di Curug Cimahi	76
4.2.1 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Comfort</i>	76
4.2.2 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Hedonic</i>	77
4.2.3 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Novelty</i>	79
4.2.4 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Safety</i>	80
4.2.5 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Beauty</i>	81
4.2.6 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Relational</i>	82
4.2.7 Rekapitulasi Hasil Tanggapan <i>Tourist Experience</i> di Curug Cimahi	83
4.3 Gambaran <i>Behavioral Intention</i> di Curug Cimahi.....	85
4.3.1 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Berdasarkan <i>Revisit Intention</i>	85
4.3.2 Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Berdasarkan <i>Recommendation Intention</i>	86
4.3.3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Curug Cimahi.....	88
4.4 Pengaruh <i>Tourist Experience Terhadap Behavioral Intention di Curug Cimahi</i>	89
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Regresi.....	89
4.4.1.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas.....	89

4.4.1.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas.....	91
4.4.1.3 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	92
4.4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	94
4.4.1.5 Hasil Pengujian Multikolinearitas	94
4.4.2 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi	96
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	97
4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	98
4.4.5 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Tourist Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Curug Cimahi.....	99
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	100
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	100
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	101
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Rekomendasi.....	103
DAFTAR PUSTAKA	vi
Lampiran-lampiran	
Riwayat Hidup	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Potensi Wisata Dan Seni Budaya Kabupaten Bandung Barat Tahun 2015.....	3
Tabel 1.2	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Curug Cimahi Tahun 2016.	4
Tabel 1.3	Data Ulasan Wisatawan Curug Cimahi Tahun 2016.....	5
Tabel 2.1	Definisi <i>Tourist Experince</i> Menurut Para Ahli.....	25
Tabel 2.2	Definisi <i>Behavioral Intention</i> Menurut Para Ahli.....	32
Tabel 2.3	Resume Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	48
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data.....	52
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan <i>Tourist Experience</i> dan <i>Behavioral Intention</i>	58
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha.....	62
Tabel 3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 4.1	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	72
Tabel 4.2	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan.....	72
Tabel 4.3	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Tinggal.....	73
Tabel 4.4	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi Dan Frekuensi Berkunjung Ke Curug Cimahi.....	74
Tabel 4.5	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Model Transportasi Yang Digunakan Dan Rekan Berkunjung Ke Curug Cimahi....	75
Tabel 4.6	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Comfort</i> di Curug Cimahi....	76
Tabel 4.7	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Hedonic</i> di Curug Cimahi....	78
Tabel 4.8	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Novelty</i> di Curug Cimahi.....	79
Tabel 4.9	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Safety</i> di Curug Cimahi.....	80
Tabel 4.10	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Beauty</i> di Curug Cimahi.....	81
Tabel 4.11	Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Relational</i> di Curug Cimahi.	83
Tabel 4.12	Rekapitulasi hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Tourist Experience</i> Di Curug Cimahi.....	84

Tabel 4.13	Tanggapan Wisatawan Terhadap Behavioral Intention Berdasarkan Revisit Intention Di Curug Cimahi.....	86
Tabel 4.14	Tanggapan Wisatawan Terhadap Behavioral Intention Berdasarkan Recommendation Intention Di Curug Cimahi.....	87
Tabel 4.15	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Di Curug Cimahi.....	88
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrov Smirnov.....	90
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas.....	92
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas.....	92
Tabel 4.19	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	94
Tabel 4.20	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	95
Tabel 4.21	Koefisien Determinasi.....	96
Tabel 4.22	Hasil Uji Pengaruh Secara Simultan (Uji F).....	97
Tabel 4.23	Hasil Uji Pengaruh Secara Parsial (Uji T).....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Distribusi Wisatawan Berdasarkan Jenis Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat	3
Gambar 1.2	Data Hasil Pra Penelitian Behavioral Intention Di Curug Cimahi Tahun 2016	6
Gambar 2.1	Model The Travel Experience	30
Gambar 2.2	Model Experience Realms	30
Gambar 2.3	Model Tiga Tahap Konsumsi Jasa.....	32
Gambar 2.4	<i>Theory Of Reasoned Action</i>	35
Gambar 2.5	<i>Theory Of Planned Behaviour</i>	36
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Toursit Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	43
Gambar 2.7	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Toursit Experience</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	44
Gambar 3.1	Regresi Linier Berganda	67
Gambar 4.1	Garis Kontinum Variabel Tourist Experience Wisatawan Di Curug Cimahi.....	85
Gambar 4.2	Garis Kontinum Variabel Behavioral Intention Wisatawan Di Curug Cimahi.....	89
Gambar 4.3	<i>Histogram Dependent</i> Variabel <i>Tourist Experience</i>	90
Gambar 4.4	<i>Normal Probability Plots</i>	91